

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
RELIGIUS TERHADAP MINAT PEMBIAYAAN ULANG PRODUK  
*MURABAHAH* PADA USPPS-KSU JABAL RAHMAH SIDOARJO**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**YULI DWI QURRATA A'YUN  
NIM : G74214075**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SURABAYA  
2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Yuli Dwi Qurrata A'yun  
NIM : G74214075  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Religius terhadap Minat Pembiayaan Ulang Produk *Murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 12 Januari 2018

Saya yang menyatakan,



Yuli Dwi Qurrata A'yun

NIM. G74214075

#### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Yuli Dwi Qurrata A'yun NIM. G74214075 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 12 Januari 2018

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Fatmah', with a stylized flourish at the end.

**Dr. H. Fatmah, ST. MM**

NIP. 197507032007012020

## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yuli Dwi Qurata A'yun NIM. G74214075 ini telah dipertahankan di depan Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 30 Januari 2018 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ekonomi Syariah.

### Majelis Munaqasah Skripsi

Penguji I

Dr. Hj. Fatmah, ST, MM  
NIP. 197507032007012020

Penguji II

Dr. Iskandar Rironga, M.Ae.  
NIP. 196506151991021001

Penguji III

Siti Rumilah, M.Pd.  
NIP. 197607122007102005

Penguji IV

Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si.  
NIP. 198209052015031002

Surabaya, 31 Januari 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel



Dekan,

Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph.D  
NIP. 197402091998031002



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : YULI DWI QURRATA A'YUN  
NIM : G74214075  
Fakultas/Jurusan : FEBI / EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : yulidwiqa@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN RELIGIUS  
TERHADAP MINAT PEMBIAYAAN ULANG PRODUK MURABAHAH PADA USPPS-  
KSU JABAL RAHMAH SIDOARJO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Februari 2018

Penulis

(Yuli Dwi Qurрата A'yun)

## ABSTRAK

Koperasi syariah merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang menjalankan usaha di bidang simpan pinjam dan pembiayaan yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dengan pedoman al-Quran dan as-Sunnah. USPPS-KSU Jabal Rahmah merupakan salah satu koperasi syariah yang berlokasi di Sidoarjo. Pembiayaan *murabahah* merupakan produk yang paling diminati oleh nasabah USPPS-KSU Jabal Rahmah. Dari jumlah 160 nasabah aktif yang melakukan pembiayaan produk *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah, terdapat sebanyak 112 nasabah yang melakukan pembiayaan ulang. Melihat dari hal tersebut, terbentuklah variabel dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius dalam penelitian ini dimana kedua variabel tersebut merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat pembiayaan ulang.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 112 nasabah dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 reponden. Teknik Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial antara dimensi kualitas pelayanan (X1) tidak terdapat pengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* (Y) dengan  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel ( $0,597 < 2,280$ ). Untuk variabel kepuasan religius (X2) secara parsial menunjukkan adanya pengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* (Y) dengan nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $9,258 > 2,280$ ). Dan yang terakhir secara simultan (bersama-sama) menunjukkan hasil berpengaruh signifikan antara variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y) dengan nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $47,460 > 3,101$ ) dan nilai probabilitasnya  $0,000 < 0,05$  dengan sumbangsih persentase variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 52,2% dan sisanya 47,8% dipengaruhi oleh variabel bebas lainnya yang tidak di masukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Dimensi Kualitas Pelayanan, Kepuasan Religius, Minat Pembiayaan Ulang Produk *Murabahah*.



## DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I      PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Hasil Penelitian .....	12
BAB II      KAJIAN PUSTAKA .....	14
A. Landasan Teori .....	14
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	30
C. Kerangka Konseptual .....	35
D. Hipotesis .....	36
BAB III     METODE PENELITIAN .....	38
A. Jenis Penelitian .....	38
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
D. Variabel Penelitian .....	40
E. Definisi Operasional .....	40
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
G. Data dan Sumber Data .....	46
1. Jenis Data .....	46
2. Sumber Data .....	46







Selain menjalankan aktivitas secara konvensional, lembaga keuangan mikro juga beroperasi berdasarkan prinsip syariah yang bisa disebut dengan lembaga keuangan mikro syariah. Lembaga keuangan mikro syariah merupakan lembaga keuangan mikro yang bergerak dalam kegiatan usaha yang dilaksanakan menurut prinsip atau berdasarkan prinsip-prinsip syariah.<sup>2</sup> Sejalan dengan perkembangan ekonomi mikro dan mencermati semakin banyaknya lembaga keuangan di Indonesia, termasuk telah dikembangkannya sistem ekonomi syariah, maka lahir lembaga-lembaga keuangan mikro dengan sistem syariah. Kegiatan lembaga keuangan mikro syariah secara prinsip hampir sama dengan lembaga keuangan mikro konvensional. Tetapi, ada beberapa kegiatan yang berbeda dalam hal akad dan transaksinya, yaitu dengan sistem syariah dan tidak memperkenankan adanya bunga.

malia, *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*, ( Jakarta : Rajawali Pers, 2009), 74.

[illegible]

**Tabel 1.2**

Kondisi	Unit
<b>1. Koperasi Aktif</b>	<b>150.223</b>
✓ Koperasi aktif melaksanakan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	58.107
✓ Koperasi aktif tidak melaksanakan Rapat Anggota Tahunan (RAT)	92.116
<b>2. Koperasi Tidak Aktif</b>	<b>61.912</b>
<b>Jumlah</b>	<b>212.135</b>

Jumlah Koperasi di Inonesia<sup>3</sup>

### Tabel 1.3

### Jumlah Koperasi Aktif Provinsi Jawa Timur<sup>4</sup>

data BPS Jumlah Koperasi aktif Provinsi Jawa Timur dari tahun ke tahun terus meningkat. Sehingga dari banyaknya jumlah koperasi tersebut menandakan bahwa koperasi mempunyai potensi untuk berkembang lebih baik dan tetap harus berupaya sebaik mungkin dalam meningkatkan kinerja pelayanan lembaganya, agar dapat mempertahankan eksistensi atau keberadaan koperasi serta dapat mengantisipasi persaingan dan pertumbuhan perusahaan yang semakin meningkat, sehingga membuat koperasi mampu berkembang dan bersaing dengan perusahaan internasional maupun domestik.

<sup>4</sup> [www.bps.go.id/statictable/2014/01/15/1314/jumlah-koperasi-aktif-menurut-provinsi-2006-2016.html](http://www.bps.go.id/statictable/2014/01/15/1314/jumlah-koperasi-aktif-menurut-provinsi-2006-2016.html) diakses pada 29 Oktober 2017 pukul 12.06

Di masa lalu koperasi syariah identik dengan *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT), namun dalam perkembangannya koperasi syariah tumbuh dengan beragam variasi nama, sejak disahkannya Peraturan Menteri Koperasi Nomor 16/Per/M.KUKM/IX/2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi, maka semua kegiatan usaha yang berbadan hukum koperasi syariah harus mengubah namanya menjadi Koperasi Simpan Pinjam (KSPPS) atau Unit Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (USPPS).

<sup>5</sup> Zamir Iqbal dan Abbas Mirakhor, *Pengantar Keuangan Islam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Kencana, 2008), 69.

Fungsi USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam *murabahah* adalah sebagai penjual barang untuk kepentingan nasabah, dengan cara membeli barang yang diperlukan nasabah dan kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga jual yang setara dengan harga beli ditambah keuntungan pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah. Namun demikian sebagai penyedia barang USPPS-KSU Jabal Rahmah terkadang tidak ingin dipusingkan dengan masalah pembelian barang. Karenanya USPPS-KSU

<sup>8</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 81





Pelayanan merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan oleh lembaga keuangan syariah. Pelayanan yang diberikan menentukan eksistensi dari suatu lembaga keuangan syariah, serta penilaian dari nasabah bahkan akan mempengaruhi pemilihan nasabah dalam melakukan transaksi lebih lanjut pada lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah harus mampu menerapkan pelayanan dengan sebaik mungkin agar

<sup>11</sup> Hibba Al Kanzu, “Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Religius untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi pada BNI Syariah Semarang)”, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, no.13 (Juni 2016), 1.

Kotler dan Kevin L. Keller, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2017), hal. 284.

Al-Rivai, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Syariah Islam Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), hal. 10.

<sup>13</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 179.



Oleh karena ruang lingkup dari KSU sangat luas, tidak hanya terbatas pada unit simpan pinjam saja melainkan juga bisa mendirikan usaha lain seperti unit pertokoan untuk melayani kebutuhan sehari-hari anggota maupun juga unit produksi, sehingga sangat penting bagi USPPS-KSU Jabal Rahmah untuk mengetahui faktor yang menunjang minat pembiayaan ulang nasabah agar eksistensi lembaga bisa terus terjaga, sehingga penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa berpengaruh faktor penunjang minat pembiayaan ulang nasabah seperti dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius dengan judul penelitian “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Religius terhadap Minat Pembiayaan Ulang Produk *Murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo”.

Dari pemaparan latar belakang diatas sehingga muncul rumusan masalah sebagai berikut:

- [illegible]

2. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan, maka tujuan penelitian ini berupa:

1. Untuk menjelaskan pengaruh secara parsial antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.
2. Untuk menjelaskan pengaruh secara simultan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

#### D. Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat hasil dalam penelitian ini adalah:

- ## 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses pembelajaran mata kuliah “Analisis Perilaku Konsumen”. Selain itu penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai tambahan bahan referensi.

- ## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan peneliti dengan memahami lebih mengenai variabel dan indikator yang berpengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.
- b. Bagi Perusahaan atau Organisasi, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadi informasi sebagai bahan pertimbangan bagi USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam mengambil keputusan untuk unit usaha selanjutnya, khususnya mengenai penilaian kepuasan.
- c. Bagi Para Akademisi, Dapat dijadikan informasi untuk menambah referensi dan dapat dijadikan studi literatur untuk penelitian yang sejenis bagi yang berminat.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

### A. Landasan Teori

## 1. Kualitas Pelayanan

### a. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan.<sup>15</sup> Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usaha yang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada orang lain. Hal tersebut sebagai firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ  
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

<sup>15</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005), 153.



Pemberian pelayanan dalam perusahaan berbasis Islam dan Konvensional memiliki perbedaan yang tidak signifikan. Perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaan, yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap perilaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyiakan amanah yang menjadi tanggung jawabnya. Hal tersebut sebagaimana dengan hadis Rasulullah saw: Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah kehancurannya, kemudian seorang berkata, “Bagaimana caranya menyia-nyiakan amanahnya Rasulullah?” Rasulullah saw menjawab: “Apabila diserahkan suatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya. (H.R Bukhori)

<sup>16</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 179.



1) *Compliance*

Dimensi *compliance* atau kepatuhan berkenaan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. atau dapat pula disebut syariat. Syariat Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan oleh Allah SWT. untuk dilaksanakan oleh umat manusia dalam kehidupan sehingga tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT. dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 48

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُم بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمَنْهَاجًا وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ فَاسْتَشِيرُوا الْحَيْرَاتِ إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

Artinya: Dan kami telah turunkan kepadamu (Muhammad) Al-Quran dengan membawa kebenaran yang membenarkan kitab-kitab yang diturunkan sebelumnya dan menjaganya. Maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti bahwa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat diantara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang.

<sup>17</sup>Ibid., 180.

## 2) Reliability

Dimensi *reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.<sup>18</sup> Ketepatan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang atau jasa. Memberikan jasa yang akurat dan andal dapat dikaitkan dengan memudahkan kesulitan atau kebutuhan orang lain. Kewajiban untuk selalu menepati janji juga terdapat pada firman Allah SWT. dalam ayat berikut: (QS An-Nahl 16: 91)

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.

### 3) *Responsiveness*

Dimensi *responsiveness* atau daya tanggap berkaitan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.<sup>19</sup> Dalam melakukan suatu pekerjaan, seseorang dikatakan profesional apabila dapat

<sup>18</sup>Freddi Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 30.

<sup>19</sup>Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Management...*, 179.



Terdapat sebuah hadis yang berkaitan dengan empati sebagai berikut: Abu Musa Al-Arsy'ary r.a berkata bahwa Rasulullah saw. bersabda, "Seseorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanah, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan suka hati, memberikannya kepada siapa yang akan diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah."

Dimensi *assurance* atau jaminan berkaitan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, dan respek terhadap pelanggan. sikap tersebut akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi pelanggan

[illegible]

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْتَقَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

## 6) *Tangibles*

أَلْهَاقُ التَّكَاثُرِ ۖ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۚ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۖ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۚ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ

<sup>21</sup> Ibid., 185.

[illegible]



itu), dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin. (Q.S At-Takatsur 102: 1-5)

### c. Penentu Kualitas Pelayanan

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepuasan konsumen.<sup>23</sup> Tingkat kepuasan konsumen terhadap apa yang mereka terima dapat dibentuk berdasarkan pengalaman dan saran yang mereka peroleh, kemudian setelah merasakan mereka cenderung akan membandingkan dengan yang mereka harapkan.

## 2. Kepuasan Religius

### a. Pengertian Kepuasan Religius

Nilai bagi pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan dan acuan utama setiap perusahaan, terutama dibidang pemasaran. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan bisnis dan menciptakan minat beli ulang pada pelanggan. Sehingga dari kepuasan pelanggan dapat membangun minat pelanggan untuk setia pada perusahaan tersebut.

Syariat Islam merupakan tolak ukur untuk menilai kepuasan pelanggan dalam Islam. Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya

<sup>23</sup>Freddi Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction...*,17.

Kepuasan religius menggambarkan bahwa konsumen akan merasa puas apabila kinerja yang diberikan sesuai dengan nilai agama yang dimiliki.<sup>26</sup> Orang religius adalah yang religius dalam perbuatannya, karena keinginan religiusnya lebih kuat daripada keinginan tidak religiusnya. Seseorang akan mendapat kepuasan dan kesenangan yang lebih besar dalam perbuatan religius dibandingkan dalam mengejar perbuatan duniawi. Sehingga dapat dikatakan apabila seseorang menerima pelayanan yang sesuai dengan prinsip agama yang dimilikinya dia akan merasa mendapatkan kepuasan tersendiri.<sup>27</sup>

Untuk memudahkan mengenali kepuasan religius sama halnya dengan kepuasan pelanggan, digunakan ukuran sebagai berikut:<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenamedia Group, 2015), 32.

- 1) Persepsi Tolak *Mudharat*
- 2) Persepsi Kebutuhan
- 3) Persepsi *Mardhatillah*

Dalam islam, rumusan menentukan pilihan konsumsi bertumpu pada *masalahah*. Kemudian dari konsep *masalahah* tersebut tergambar tiga buah persepsi yang terdiri dari persepsi menolak mudharat menarik maslahat, persepsi kebutuhan, dan persepsi *mardhatillah*. Dari konfigurasi inilah sebenarnya kepuasan konsumsi seorang muslim didapatkan. Bentuk kepuasan tidak selalu berupa kesenangan, melainkan pula terpenuhinya

[illegible]

### 3. Minat Pembiayaan Ulang

### a. Pengertian Minat Pembiayaan Ulang

Minat merupakan pernyataan sikap mengenai bagaimana seseorang akan berperilaku di masa yang akan datang. Minat beli ulang merupakan suatu komitmen konsumen yang terbentuk setelah konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Komitmen ini timbul karena kesan positif konsumen terhadap suatu merek, dan konsumen merasa puas terhadap pembelian tersebut. Dikatakan minat jika konsumen menjadi tertarik, ia akan mengumpulkan informasi dan fakta-fakta umum mengenai produk tersebut.<sup>31</sup>

Minat pembiayaan ulang merupakan keputusan nasabah untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atau jasa berdasarkan apa yang telah diperoleh dari lembaga keuangan yang sama. Sehingga dapat dikatakan minat pembiayaan ulang adalah keputusan nasabah dalam melakukan transaksi yang dilakukan secara berkala pada suatu jasa di sebuah lembaga keuangan.

<sup>30</sup> Ibid., 104

<sup>31</sup> Joseph P. Cannon et al, *Basic Marketing, a global-Manager Approach*, Alfia R. Fitriati, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 204.

### b. Indikator Minat Pembiayaan Ulang

Terdapat 4 indikator untuk mengukur minat beli yaitu:<sup>32</sup>

### 1) Minat Transaksional

Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli produk yang telah dikonsumsi.

## 2) Minat Eksploratif

Minat eksploratif menggambarkan perilaku seseorang yang menggunakan informasi yang sudah didapat sebelumnya mengenai produk yang diminatinya.

### 3) Minat Preferensial

Minat preferensial merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut, mereka menjadikan produk yang telah dikonsumsi sebagai pilihan utama.

#### 4) Minat Referensial

Minat referensial adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

<sup>32</sup> Augusty Ferdinand, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, (Semarang: BP Undip, 2002), 129.

#### 4. Pembiayaan Murabahah

### a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan hal yang selalu berkaitan dengan aktivitas bisnis. Pembiayaan adalah penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pokok, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak<sup>33</sup>. Produk-produk pembiayaan lembaga keuangan syariah menggunakan empat pola:

- 1) Pola bagi hasil untuk → *Musyarakah dan Mudharabah*
- 2) Pola jual beli untuk → *Murabahah, salam dan istishna*
- 3) Pola sewa untuk → *Ijarah dan Ijarah muntahiya bittamlik*
- 4) Pola pinjaman untuk dana talangan → *Qardh*

b. *Murabahah*

*Murabahah* adalah istilah dalam Fikih Islam yang berarti suatu bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan yang ditentukan.<sup>34</sup> *Murabahah* merupakan salah satu produk penyaluran dana yang cukup digemari koperasi syariah karena sifatnya yang menguntungkan, mudah dalam penerapan serta mempunyai resiko yang ringan.<sup>35</sup>





d. Syarat *Murabahah*

Rukun jual beli *murabahah* sama halnya dengan jual beli pada umumnya seperti yang telah disebutkan di atas, yaitu adanya pihak penjual, pihak pembeli, barang yang dijual, harga dan akad atau *ijab qabul*.<sup>37</sup> Sementara syarat jual beli *murabahah* adalah:<sup>38</sup>

- 1) Para pihak yang berakad (penjual dan pembeli) harus cakap hukum dan tidak dalam keadaan terpaksa
- 2) Barang yang menjadi objek transaksi adalah barang yang halal serta jelas ukuran, jenis dan jumlahnya
- 3) Harga barang harus dinyatakan secara transparan (harga pokok dan komponen keuntungan) dan mekanisme pembayarannya disebutkan dengan jelas
- 4) Pernyataan serah terima dalam *ijab qabul* harus dijelaskan dengan menyebutkan secara spesifik pihak-pihak yang terlibat berakad.

<sup>37</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta Rajawali Press, 201), 71.

<sup>38</sup> Ibid., 73.





6	RR Dewi Asprina Sari (2014)	Analisis Penagruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan <i>Customer Value</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap <i>Positive Word of Mouth</i>	Menganalisis variabel X2 dan menggunakan analisis data Regresi Linier Berganda	Beberapa variabel x dan variabel Y	Variabel X berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dengan <i>customer value</i> merupakan variabel yang paling berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang diikuti oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk
7	Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010), Jurnal ISSN:0854-3844 Vol. 17 No. 2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan	Menganalisis variabel (X) yaitu kualitas pelayanan	Menggunakan metode estimasi <i>Maximum Likelihood</i> (ML) dan metode analisis data SEM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 dimensi kualitas Pelayanan positif mempengaruhi kepuasan pelayanan</li> <li>• kepuasan pelanggan adalah faktor sebelumnya loyalitas pelanggan</li> <li>• tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas</li> </ul>

8	Eliasaph Ibzan, Farida Balarabe, Balarabe Jakada (2016) ISSN: 2224- 607X Vol. 6 No. 2	Consumer Satisfaction and Repurchase Intentions	X1 = Consumer Satisfaction Y = Repurchase Intentions	There is no religious satisfaction variable	There is a positive relationship between intentions and consumer satisfaction
9	Biljana Angelova, Jusuf Zekiri (2011) ISSN: 2222-6990	Measuring customer satisfaction with service quality using american customer satisfaction model (ACSI Model)	Service quality variable	ACSI model and there is religious satisfaction variable	Customer satisfaction with services quality is very important
10	Felix R (2017) Intenational Journa ISSN: 2167-0234	Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda	Service Quality and Customer Satisfaction variable	Research Methodology is Descriptive and cross-sectional and used analyze data pearson linear correlation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• service quality is high in BPR</li> <li>• Customer satisfaction among BPR customers is high</li> <li>• There is no significant relationship between service quality and customer satisfaction in BPR</li> </ul>

11	Dian Mutiara dan Sri Rahayu (2016) Jurnal ISSN 2337-3792	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)	Variabel minat beli ulang	Penelitian Kualitatif dan Variabel bebasnya berbeda	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kualitas pelayanan berpengaruh paling besar , persepsi harga memiliki pengaruh ke 2 dan varian produk berpengaruh paling kecil</li> </ul>
12	Pratiwi (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang di Depo Farmasi Anggrek RSUD Dr. Hasan Sadikin Bandung	Variabel bebas (X1 dan X2)	Menggunakan aplikasi smart PLS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang.</li> <li>Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli ulang</li> </ul>
13	Arika Martania (2011)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang di Giant Sun City Sidoarjo	Variabel bebas (X1 dan X2)	Menggunakan teknik analisis SEM ( <i>structural equation modeling</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>X1 tidak signifikan terhadap Y</li> <li>X2 berpengaruh signifikan terhadap Y</li> </ul>







- ## 2. Kepuasan Religius

- ### 3. Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Religius terhadap Minat Pembiayaan Murabahah Ulang

- [illegible]

## BAB III

### METODE PENELITIAN

[illegible]

**Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2017 – Desember 2017 di USPPS-KSU Jabal Rahmah yang berada di Jl. Melati no.12 Pulosari Waru, Sidoarjo.

### C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin meneliti *investigasi*, yang merupakan kumpulan semua elemen dalam populasi dimana sampel diambil.<sup>41</sup> Populasi disini adalah nasabah pembiayaan murabahah aktif di USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo yang minimal melakukan 2x pembiayaan, yaitu sebanyak 112 nasabah.

ono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 4.

Sekaran, *Research Methods for Bussiness*, (Jakarta ; Salemba Empat, 2006), 123.

<sup>41</sup> Uma Sekaran, *Research Methods for Bussiness*, (Jakarta ; Salemba Empat, 2006), 123.



## 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*Dependent Variable*) adalah variabel yang sering disebut sebagai output, kriteris, konsekuan. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>43</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat pembiayaan ulang produk *murabahah*. Variabel terikat dikonotasikan dengan huruf Y.

## E. Definisi Operasional

Definisi operasional berdasarkan prosesnya dapat dirumuskan berdasarkan proses apa yang harus dilakukan agar variabel yang didefinisikan itu terjadi.<sup>44</sup> Dimana terbentuknya definisi operasional tergantung kepada manipulasi atau proses yang menyebabkan timbulnya variabel yang bersangkutan, sehingga cara definisi tipe ini sangat cocok untuk mengoperasikan variabel bebas. Sedangkan berdasarkan cara kerjanya operasional juga dapat didefinisikan dengan berdasarkan bagaimana cara kerja variabel yang bersangkutan, yaitu apa yang menjadi sifat dinamika.

**Tabel 3.1**

Variabel	Indikator	Definisi Operasional
----------	-----------	----------------------

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Wiyono, *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*, (Yogyakarta: STIM YKPN, 2011), 92.







Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur variabel yang diukur melalui kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu walaupun berkali-kali diuji. Menghitung reliabilitas menggunakan rumus *Alphacronbach*, maka batasan reliabilitas sebenarnya sudah ditentukan. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:<sup>47</sup>

- Jika  $r_{\alpha} > 0,60$ , maka pernyataan reliabel
- Jika  $r_{\alpha} < 0,60$ , maka pernyataan tidak reliabel

### 1. Variabel Dimensi Kualitas Pelayanan (X1)

**Tabel 3.4**

Item Pertanyaan	r hitung	Signifikansi	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1.1	0,487	0,000	Valid	0,743	Reliabel
X1.2	0,438	0,000	Valid		
X1.3	0,522	0,000	Valid		
X1.4	0,582	0,000	Valid		
X1.5	0,486	0,000	Valid		
X1.6	0,620	0,000	Valid		
X1.7	0,581	0,000	Valid		
X1.8	0,507	0,000	Valid		
X1.9	0,553	0,000	Valid		

<sup>47</sup> H. Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat...*, 42.



Item kuesioner variabel X2 dikatakan valid karena nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, dengan  $r$  tabel dalam penelitian ini adalah 0,2072 dan dikatakan reliabel karena  $r$  alpha  $> 0,60$ .

3. Variabel Minat Pembiayaan Ulang Produk *Murabahah* (Y)

**Tabel 3.6**

Item Pertanyaan	r hitung	Signifikansi	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Y.1	0,752	0,000	Valid	0,808	Reliabel
Y.2	0,760	0,000	Valid		
Y.3	0,778	0,000	Valid		
Y.4	0,820	0,000	Valid		

Sumber: Hasil olah data SPSS

Item kuesioner variabel Y dikatakan valid karena nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel, dengan  $r$  tabel dalam penelitian ini adalah 0,2072 dan dikatakan reliabel karena  $r$  alpha  $> 0,60$ .

## G. Data dan Sumber Data

Data merupakan faktor yang paling penting untuk mendukung suatu penelitian. Data penting yang diperlukan dalam penelitian ini bersumber pada responden dimana data tersebut diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap nasabah yang melakukan minimal 2x pembiayaan *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah. Berdasarkan sumbernya data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

## 1. Data Primer

## 2. Data sekunder

## H. Teknik Pengumpulan Data

<sup>48</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 130.

Teknik analisis data adalah suatu metode atau cara untuk mengelolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat untuk menemukan solusi permasalahan. Dalam penelitian ini setelah pengumpulan data maka data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data :

a. Uji Normalitas: Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam Uji T dan Uji F diasumsikan bahwa residual mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan metode *kolmogorov smirnov*. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila signifikansi diatas 0,05 berarti data yang kita uji normal.<sup>49</sup>

[illegible]

- c. Uji Heteroskedastisitas: Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat atau tidak adanya heteroskedastisitas. Cara paling sederhana untuk melihat adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola dari residual suatu pengamatan ke arah atas atau bawah terhadap nilai *variance* dari residual satu pengamatan.

[illegible]



signifikansi apabila lebih dari 0,05 maka model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 2. Uji Regresi Berganda

Untuk regresi berganda, variabel penelitian terdiri lebih dari dua variabel penelitian dengan catatan bahwa variabel independen lebih dari satu dan variabel dependen hanya satu. Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + \dots$$

a: adalah konstanta

b: adalah koefisien regresi

x1: adalah variabel independen pertama

x2: adalah variabel independen kedua

### 3. Uji Hipotesis:

a. Uji T

Uji T adalah jenis pengujian statistika untuk mengetahui apakah ada perbedaan dari nilai yang diperkirakan dengan nilai hasil perhitungan statistika. Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji T menilai apakah mean dan keragaman dari dua kelompok berbeda secara statistik satu sama lain. Langkah yang dilakukan dalam Uji T yaitu:

1) Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$

Ha: Terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas (dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius) terhadap variabel bebas minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

- 2) Menentukan *level of significance* ( )
- 3) Dalam penelitian ini *level of significance* atau tingkat signifikannya sebesar 0,05 (5%)
- 4) Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

$t_{hitung} > t_{tabel}$  ; maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Dalam uji ini ditetapkan keputusan berdasarkan F hitung dan F tabel, apabila F hitung >

### A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

[illegible]

Pendirian USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo ini tidak terlepas dari didirikannya Koperasi Serba Usaha Al – Hambra, berdasarkan akta pendiriannya salah satu usaha yang dijalankan adalah Unit Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah. Diharapkan dengan adanya unit usaha ini dapat mengorganisir pemanfaatan dan pendayagunaan sumber daya ekonomi dan keuangan yang ada sesuai dengan prinsip syariah.

Pada tahun 2014 salah satu pimpinan USPPS-KSU Jabal  
52  
Rahmah yaitu Bapak Ahmau muzakki dan Ibu Maya Puspita kembali  
ingin menghidupkan koperasi tersebut. Berbagai upaya dilakukan

[illegible]

## 2. Visi, Misi dan Motto USPPS-KSU Jabal Rahmah

- <sup>53</sup> Ibid.

dan anggotanya serta masyarakat dalam daerah kerja USPPS-KSU Jabal Rahmah berlandaskan kasih, kebersamaan”.

- c. Motto: Motto dari USPPS-KSU Jabal Rahmah adalah “ Bekerja sebagai ibadah berlandaskan kasih, kebersamaan, persaudaraan dan amanah”.

### 3. Dasar Hukum Pendirian USPPS-KSU Jabal Rahmah

USPPS-KSU Jabal Rahmah mendapatkan badan hukum operasional pada 10 Juni 2011 dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sidoarjo dengan Surat Keputusan Nomor : 977/BH/XVI.24/518/VI/2011.<sup>54</sup>





- b. Kasie Operasional: Jabatan Kepala Operasional dipegang oleh Ibu Maya Puspita, S.E, yang memiliki tugas membantu manajer dalam melakukan tugas – tugas di bidang operasional koperasi.
- c. Teller: Jabatan Teller dipegang oleh Ibu Eliza, bertugas dan bertanggung jawab dalam melayani semua transaksi yang dilakukan di koperasi, bertanggung jawab atas keluar masuknya uang, serta bertanggung jawab untuk membuat laporan harian.
- d. *Customer Service*: Jabatan *customer service* dipegang oleh Ibu Istiqomah, S.E, memiliki tugas dan tanggung jawab dalam mengatur dan mempersiapkan surat menyurat yang ada dalam koperasi, mempersiapkan rapat-rapat di koperasi, dan menjadwalkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan koperasi.
- e. *Account Officer (AO)*: USPPS-KSU Jabal Rahmah memiliki dua orang yang bertugas sebagai AO yaitu Bapak Riski Sucianto yang menjabat sebagai senior AO dan Bapak Ainur Rofiq sebagai junior AO. Tugas AO ini adalah mencari anggota yang layak sesuai kriteria peraturan koperasi, menilai dan mengevaluasi usaha yang layak dibiayai, melakukan kunjungan ke usaha anggota, melakukan wawancara dan menggali apa yang dibutuhkan anggota tersebut. Selain itu AO juga bertugas menjadi *collector*, tugas – tugasnya antara lain : Mengadakan pemantauan dalam rangka menciptakan kelancaran dan keberlanjutan kegiatan usaha, *memonitoring* tentang pelaksanaan

Sebagai lembaga keuangan syariah, USPPS-KSU Jabal Rahmah, Waru Sidoarjo memiliki produk – produk yang berbasis syariah, antara lain:<sup>56</sup>

*Wadi'ah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. USPPS-KSU Jabal Rahmah menggunakan akad *wadi'ah yadh al-dhamanah*. Nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada USPPS-KSU Jabal Rahmah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan USPPS-KSU Jabal Rahmah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana tersebut. USPPS-KSU Jabal Rahmah bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemilik menghendakinya. USPPS-KSU Jabal Rahmah juga berhak

<sup>56</sup> Ibid., 5

*Wadi'ah* ini merupakan jenis Wadi'ah yad al-dhamanah, yang berarti bahwa nasabah menitipkan dananya dan USPPS-KSU Jabal Rahmah tidak boleh saling menjajikan untuk membagi hasilkan keuntungan harta tersebut. USPPS-KSU Jabal Rahmah diperkenankan memberikan bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disyaratkan di muka. Kebijakan seperti inilah bersifat sukarela. Syarat dan Ketentuan.<sup>57</sup>

- Yaitu tabungan yang dapat disetor dan diambil sewaktu – waktu dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* atau pemilik dana dan USPPS-KSU Jabal Rahmah sebagai *mudharib* atau pengelola dana. Dalam prinsipnya sebagai *mudharib*, USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya.

[illegible]

- 1) Mengisi formulir pembukaan tabungan mudharabah
- 2) Foto copy kartu identitas (KTP / SIM)
- 3) Setoran awal minimal Rp 10.000
- 4) Setoran tabungan minimal Rp 10.000

Pembiayaan *murabahah* merupakan prinsip akad jual beli. *Murabahah* berasal dari kata *ribh'u* (keuntungan), yang dapat didefinisikan sebagai produk USPPS-KSU Jabal Rahmah berdasarkan prinsip jual beli, dimana harga jual terdiri atas harga pokok barang ditambah nilai keuntungan yang disepakati. Dalam USPPS-KSU Jabal Rahmah, *murabahah* yang terjadi yaitu *murabahah bil wakalah* dimana pihak yang melakukan pembiayaan membeli sendiri barang yang diinginkan. Pembelian objek *murabahah* tersebut dapat dilakukan oleh nasabah pembiayaan tersebut sebagai wakil dari pihak USPPS-KSU Jabal Rahmah dengan akad *wakalah* atau perwakilan. Setelah akad *wakalah* dilakukan dimana nasabah pembiayaan bertindak atas nama USPPS-KSU Jabal Rahmah untuk melakukan pembelian objek *murabahah* tersebut. Berikut adalah skema pembiayaan *murabahah bil wakalah* yang diterapkan oleh KSU – UJKS Jabal Rahmah :

[illegible]





- ## 6. Operasional USPPS-KSU Jabal Rahmah

## B. Analisis Data

Dalam penelitian ini, yang menjadi sasarannya adalah nasabah USPPS-KSU Jabal Rahmah yang melakukan minimal 2 kali pembiayaan produk *murabahah*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 90 responden. Berikut ini merupakan beberapa karakteristik yang dimiliki oleh responden dalam penelitian ini:

Usia Responden	Frekuensi	Persentase
20 tahun	0	0%
Usia 21-30 tahun	29	32%
Usia 31-40 tahun	41	46%
Usia 41-51 tahun	17	19%
> 50 tahun	3	3%
TOTAL	90	100%

[illegible]





Sumber: Hasil olah data excel

Sumber: Hasil olah data excel

Dari tabel di atas diperoleh informasi bahwa terdapat 0 responden atau 0% sebagai pelajar/ mahasiswa, 3 responden atau 3% bekerja sebagai PNS/ TNI/ POLRI, 47 responden atau 52% bekerja

Sumber: Hasil olah data excel

Pekerjaan Saat Ini	Frekuensi	Persentase
Pelajar/ Mahasiswa	0	0%
PNS/ TNI/ POLRI	3	3%
Pegawai Swasta	47	52%
Wiraswasta	33	37%
Lain-lain	7	8%
TOTAL	90	100%

sebagai pegawai swasta, 33 responden atau 37% bekerja sebagai wiraswasta, dan 7 responden atau 8% yang bekerja selain yang ada di tabel seperti asisten rumah tangga, guru ngaji dan guru les.

**Tabel 4.6**

Penghasilan	Frekuensi	Persentase
< Rp. 500.000	0	0%
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	4	4%
Rp. 1000.000 – Rp. 2.000.000	17	19%
> Rp. 2.000.000	69	77%
TOTAL	90	100%

Sumber: Hasil olah data excel

Dari tabel di atas, dari 90 responden dapat diketahui bahwa terdapat 0 responden atau 0% mempunyai penghasilan kurang dari Rp. 500.000, 4 responden atau 4% mempunyai penghasilan Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, 17 responden atau 19% mempunyai penghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 dan 69 responden atau 77% mempunyai penghasilan lebih dari Rp. 2.000.000

## 2. Pengujian Data

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas diperlukan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data. Dalam penelitian ini menggunakan metode *kolmogorov smirnov*. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila signifikansi diatas 0,05 berarti data yang kita uji normal

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,23119535
	Absolute	,072
Most Extreme Differences	Positive	,072
	Negative	-,057
Kolmogorov-Smirnov Z		,685
Asymp. Sig. (2-tailed)		,736

Berdasarkan uji normalitas dengan Komlogrov-Smirnov Test diperoleh nilai sebesar 0,685 dan Asymp.sig sebesar 0,736 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal dan menunjukkan bahwa variabel dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius dapat diteliti terhadap minat pembiayaan ulang pada produk *murabahah*.

Uji Multikolinearitas perlu dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas dapat berdasarkan nilai Toleran dan VIF, dengan dasar pengambilan keputusan bahwa jika nilai  $VIF < 10,00$  dan jika

nilai Tolerance > dari 0,10. Maka model dapat dikatakan tebebas dari multikolinearitas.

**Tabel 4.8**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,156	2,030		,077	,939		
Dimensi Kualitas Pelayanan	,015	,025	,046	,597	,552	,936	1,068
Kepuasan Religius	,609	,066	,709	9,258	,000	,936	1,068

a. Dependent Variable: Minat Pembiayaan Ulang Produk Murabahah

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance seluruh Variabel adalah  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10,00$ , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Sehingga dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius tidak mempunyai korelasi, dimana nasabah atau responden memiliki persepsi atau tanggapan berbeda terhadap setiap perbedaan variabel.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.<sup>61</sup> Heteroskedastisitas terjadi

<sup>61</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013) hlm.139





satuan maka minat pembiayaan ulang produk *murabahah* akan mengalami peningkatan sebesar 60,9%.

e. Koefisien Determinasi

**Tabel 4.11**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 <sup>a</sup>	,522	,511	2,25670

**Tabel 4.12**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,156	2,030		,077	,939
1 Dimensi Kualitas Pelayanan	,015	,025	,046	,597	,552
Kepuasan Religius	,609	,066	,709	9,258	,000

a. Dependent Variable: Minat Pembiayaan Ulang Produk Murabahah

- 1) Tidak terdapat pengaruh signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah secara parsial dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  sebesar  $0,597 < 2,280$  dan sig. probabilitasnya  $0,552 > 0,05$
- 2) Terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah secara parsial dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $9,258 > 2,280$  dan sig. probabilitasnya  $0,000 < 0,05$ .

g. Uji F

**Tabel 4.13**





**A. Pengaruh dimensi kualitas pelayanan (X1) terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah (Y)**

Untuk melihat pengaruh secara parsial antara dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat dilakukan dengan uji koefisien regresi secara parsial (Uji T), uji tersebut digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dari data yang telah diolah dengan *software* IBM SPSS pada bab IV dapat diketahui hasil analisis apakah terdapat pengaruh signifikan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* secara parsial, yang sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini. Selain itu juga sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah Sidoarjo

Dari hasil analisis regresi yang terdapat pada tabel 4.15 diperoleh t hitung untuk variabel dimensi kualitas pelayanan adalah sebesar 0,597, selanjutnya membandingkan t hitung dengan t tabel. Didapat t tabel (0,025 ; 87) = 2,280. Dari hasil perhitungan tersebut ternyata nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu  $0,597 < 2,280$  dan sig (probabilitas) nya  $0,552 > \alpha = 0,05$  yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sesuai dengan hipotesis apabila t hitung lebih kecil dari t tabel berarti tidak terdapat pengaruh







sangat setuju mendapat poin banyak sedangkan yang sangat tidak setuju mendapat poin sedikit.

Dari penelitian yang dilakukan di USPPS-KSU Jabal Rahmah ini dimensi kualitas pelayanan yang bernilai rendah adalah dimensi *assurance* (jaminan). Menandakan bahwa keamanan dalam proses transaksi yang diberikan oleh USPPS-KSU Jabal Rahmah belum sesuai dengan harapan nasabah. Sehingga bagi USPPS-KSU Jabal Rahmah lebih hati-hati terhadap setiap transaksi maupun setiap data informasi yang telah diamankan untuk dijaga dengan sungguh-sungguh agar tidak ada pihak yang dikecewakan.

Pada dimensi *empathy* (empati) menunjukkan bahwa nasabah menginginkan USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat mengerti dan memahami kondisi yang dirasakan oleh nasabah. Sebagai misal jam operasional USPPS-KSU Jabal Rahmah yang buka setiap hari Senin sampai Jumat mulai pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB, waktu tersebut dirasa kurang sesuai dengan waktu nasabah, sebab jika dilihat dari tabel 4.5 pada bab IV persentase tertinggi untuk pekerjaan nasabah adalah pegawai swasta yaitu sebesar 52%, hal tersebut menunjukkan bahwa pada saat USPPS-KSU Jabal Rahmah beroperasi kebanyakan dari nasabah sedang bekerja. Hal yang dapat dilakukan oleh USPPS-KSU Jabal Rahmah yaitu bisa dengan menambah hari operasional misalnya pada hari sabtu saat nasabah sedang libur, hal tersebut juga merupakan keinginan nasabah yang diutarakan ketika proses penyebaran kuesioner.

Selanjutnya pada dimensi *reliability* (keandalan) nasabah merasa USPPS-KSU Jabal Rahmah memberikan pelayanan yang belum sesuai dengan harapan. Sehingga bisa dilakukan dengan menyediakan kotak saran untuk nasabah agar dapat berpendapat mengenai apa saja yang menurutnya kurang sesuai dengan harapan yang diinginkan, kemudian USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat melakukan evaluasi kinerja karyawan sehingga saran yang diberikan oleh nasabah dapat disesuaikan dengan pelayanan yang diberikan.

Pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap), nasabah kurang merasakan adanya ketanggapan yang dilakukan karyawan dalam menangani nasabah, hal ini memperlihatkan bahwa nasabah mengharapkan peran aktif karyawan USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam melayani nasabah dengan cepat namun tetap harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak terjadi kekeliruan, misalnya dalam proses hal menganalisis data nasabah, agar nasabah tidak menunggu terlalu lama apakah pengajuannya dapat terealisasi atau tidak.

Untuk dimensi *tangibles* (bukti fisik) dan *compliance* (kepatuhan) merupakan dimensi yang bernilai cukup tinggi dalam penelitian ini. Pada kenyataannya fasilitas yang dimiliki USPPS-KSU Jabal Rahmah seperti alat tulis, kursi, pendingin ruangan (AC) semua tersedia dan dapat digunakan dengan baik, meskipun dengan ruangan yang kecil semua tertata dengan rapi ditambah dengan penampilan karyawan yang juga rapi membuat nasabah yang berkunjung merasa nyaman.



[illegible]



Untuk melihat pengaruh secara parsial antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* dapat dilakukan dengan uji koefisien regresi secara parsial (Uji T), uji tersebut digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dari data responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kemudian diolah dengan *software* IBM SPSS pada bab IV, dapat diketahui hasil analisis apakah terdapat pengaruh signifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* secara parsial, yang sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini. Selain itu juga sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah.

[illegible]

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat nasabah di USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam melakukan pembiayaan ulang pada produk *murabahah* dipengaruhi signifikan oleh faktor kepuasan religius. Koefesien regresi variabel kepuasan religius juga menunjukkan angka yang cukup besar yaitu 0,609 yang artinya, jika variabel bebas lain nilainya tetap dan variabel kepuasan religius mengalami kenaikan, maka minat pembiayaan ulang produk *murabahah* akan mengalami peningkatan sebesar 60,9%. Koefisien yang bernilai positif artinya antara kepuasan religius ( $X_2$ ) dan minat pembiayaan ulang produk *murabahah* ( $Y$ ) memiliki hubungan yang positif, kenaikan kepuasan religius akan mengakibatkan kenaikan pada minat pembiayaan ulang produk *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah, angka tersebut adalah angka yang cukup besar untuk sebuah penambahan minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Hibba Al Kanzu dan Harry Soesanto yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial antara kepuasan religius terhadap minat menabung ulang dengan koefisien regresi sebesar 0,246 dan bernilai positif dan tingkat signifikansinya lebih kecil dari nilai signifikansi yaitu  $0,017 < 0,05$  yang artinya bahwa minat nasabah dalam menabung ulang di BNI Syariah Semarang dipengaruhi oleh kepuasan religius.<sup>67</sup>

Maka pada dasarnya pembiayaan *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah sesuai dengan ketiga persepsi tersebut karena dalam penelitian ini berhasil membuktikan adanya pengaruh signifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang. Persepsi menolak mudharat atau menerima masalah, masalah merupakan kesejahteraan umum yang dapat diartikan sebagai perbuatan bermanfaat. Artinya bahwa pembiayaan *murabahah* yang pada USPPS-KSU Jabal Rahmah bermanfaat bagi nasabah, sebab nasabah merasa terbantu akan adanya produk tersebut. Selanjutnya pada persepsi kebutuhan, produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah termasuk dalam produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, terlihat juga dari banyaknya minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. USPPS-KSU Jabal Rahmah ini menjadi jalan untuk menolong nasabah dalam memenuhi kebutuhannya, sebab kebutuhan tiap individu nasabah berbeda sehingga ketika terkendala oleh dana dalam memenuhi kebutuhan tersebut maka USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat menolong melalui pembiayaan produk *murabahah*. Yang terakhir pada persepsi *mardhatillah* (keridhoan Allah), persepsi ini membatasi beberapa hal yang bertentangan dengan syariah untuk mendapat ridho dari Allah Swt, seperti produk *murabahah* yang telah diterapkan pada USPPS-KSU Jabal Rahmah sudah memenuhi persyaratan sesuai Islam



*Murabahah* atau jual beli seperti yang dilakukan oleh USPPS-KSU Jabal rahmah dengan model tersebut dibolehkan dan nasabah menganggap itu menjadi bagian dalam menuju keridhoan Allah, hal tersebut dianggap sebagai salah satu alternatif untuk menghindari riba, sebab perputaran uang yang terjadi adalah uang dibelikan barang kemudian dijual kembali menjadi uang, malah hal tersebut membuat roda ekonomi berputar dan harta tidak dimonopoli hanya oleh pemilik modal. Sebaliknya, dalam riba tidak ada perputaran uang yang ada hanya uang melahirkan uang.

Pada bab II dalam landasan teori dijelaskan bahwa ukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:<sup>70</sup>

- 1) Apabila Kinerja > Harapan : Pelanggan Sangat Puas
- 2) Apabila Kinerja = Harapan : Pelanggan Puas
- 3) Apabila Kinerja < Harapan : Pelanggan Kecewa

Tingkat kepuasan nasabah dapat diukur dengan mengetahui respons nasabah terhadap suatu produk, apakah mereka senang atau malah kecewa dengan kinerja yang telah diberikan. Apabila kinerja yang diberikan oleh

[illegible]

kecil dari harapan nasabah maka dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa kecewa. Sehingga berdasarkan teori tersebut dan berdasarkan hasil dari penelitian ini yang menyatakan adanya pengaruh signifikan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *mudharabah* mengandung arti bahwa kinerja yang diberikan oleh karyawan USPPS-KSU Jabal Rahmah melebihi atau paling tidak sesuai dengan harapan diinginkan nasabah, sehingga nasabah merasa puas.

**C. Pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan religius (X2) terhadap minat pembiayaan ulang produk *mudharabah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah (Y)**

kecil dari harapan nasabah maka dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa kecewa. Sehingga berdasarkan teori tersebut dan berdasarkan hasil dari penelitian ini yang menyatakan adanya pengaruh signifikan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* mengandung arti bahwa kinerja yang diberikan oleh karyawan USPPS-KSU Jabal Rahmah melebihi atau paling tidak sesuai dengan harapan diinginkan nasabah, sehingga nasabah merasa puas.

**C. Pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan religius (X2) terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah (Y)**

kecil dari harapan nasabah maka dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa kecewa. Sehingga berdasarkan teori tersebut dan berdasarkan hasil dari penelitian ini yang menyatakan adanya pengaruh signifikan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* mengandung arti bahwa kinerja yang diberikan oleh karyawan USPPS-KSU Jabal Rahmah melebihi atau paling tidak sesuai dengan harapan diinginkan nasabah, sehingga nasabah merasa puas.

**C. Pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan (X1) dan kepuasan religius (X2) terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah (Y)**



Hasil analisis regresi dalam penelitian ini dapat dilihat dari *model summary* pada tabel 4.14, berdasarkan tabel tersebut diperoleh angka R sebesar 0,722. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang sangat kuat antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.

Dari hasil analisis regresi dari *moddel summary* pada tabel 4.14 diperoleh angka Rsquare sebesar 0,522 atau 52,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah sebesar 52,2%, persentase tersebut dianggap cukup besar untuk dapat menunjukkan hasil yang berpengaruh







itu adalah bagaimana cara merespon keinginan nasabah sehingga dapat menimbulkan kesan positif dari nasabah. Pada USPPS-KSU Jabal Rahmah dalam memberikan pelayanan yang baik harus ditunjang dengan sumber daya manusia yang handal dan mengupayakan untuk terus menerus meningkatkan kemampuan para karyawan agar dapat menimbulkan kepercayaan kepada nasabah, juga USPPS-KSU Jabal Rahmah hendaknya terus melakukan evaluasi terhadap apa yang diharapkan nasabah agar kepuasan nasabah tetap terjaga yang akan menjadikan mereka setia menggunakan pembiayaan *murabahah* di USPPS-KSU Jabal Rahmah.

Sehingga dalam penelitian ini jika kedua variabel yaitu variabel X1 dimensi kualitas pelayanan dan variabel X2 kepuasan religius disatukan, maka keduanya secara bersama-sama dapat memengaruhi minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. Artinya, ketika USPPS-KSU Jabal Rahmah lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan pada nasabah sehingga nasabah mendapat pelayanan yang baik, serta ditambah dengan mengoptimalkan kepuasan religius yang dirasakan oleh nasabah, dengan sendirinya akan berpengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.

## BAB VI

## A. Kesimpulan

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung (0,597) lebih kecil dari t tabel (2,280) dan nilai sig (probabilitas) variabel dimensi kualitas pelayanan (X1) adalah  $0,552 > \alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung (9,258) lebih kecil dari t tabel (2,280) dan nilai sig (probabilitas) variabel kepuasan religius (X2) adalah  $0,000 < \alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan religius terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah* pada USPPS-KSU Jabal Rahmah dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu  $47,460 > 3,101$  dengan probabilitas 0.000 karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat pembiayaan ulang produk *murabahah* atau dapat dikatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan dan

kepuasan religius secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pembiayaan ulang produk *murabahah*.

## B. Saran

1. Dimensi kualitas pelayanan yang diberikan oleh USPPS-KSU Jabal Rahmah kepada nasabah lebih dioptimalkan, agar tidak hanya sekedar melayani, namun juga dapat mengerti, memahami dan merasakan setiap kondisi maupun setiap keluhan nasabah.
2. Hendaknya meningkatkan kinerja dengan melakukan evaluasi terhadap tingkat harapan nasabah agar USPPS-KSU Jabal Rahmah dapat mengutamakan kepuasan nasabahnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian yang sejenis, diharapkan agar dapat menambah variabel lain di luar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini atau juga bisa menggunakan variabel *intervening* (perantara) dengan objek penelitian yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Euis. *Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam*. Jakarta : Rajawali Pers, 2009
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013
- Aziz, Abdul dan Ulfah Mariyah. *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer*. Bandung : Alfabeta, 2010
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005
- Cannon, Joseph P. Dkk. *Basic Marketing, A global-Manager Approach*, Alfia R. Fitriati. Jakarta: Salemba Empat, 2008
- Ferdinand, Augusty. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Undip, 2002
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007
- Hanjani Laurensia. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Ulang Konsumen terhadap Produk Naget Delicy". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, vol.1 no.2, Juni, 2016
- Hasmayati. *Analisis Penilaian Kesehatan Koperasi Jasa Keuangan Syariah Berbasis Masjid (Studi Kasus Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Mal Tamwil At-Taqwa Masjid At-Taqwa Kemanggisan Jakarta*. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis* Vol.1 No. 2, 2016
- Ilmi, Makhalul. *Teori Praktek Mikro Keuangan Syari'ah: Beberapa Pemasalahan dan Alternatif Solusi*. Yogyakarta: UII Press, 2002
- Iqbal, Zamir, Mirakhor Abbas. *Pengantar Keuangan Islam Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana, 2008
- Kanzu, Hibba Al. "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Kepuasan Religius untuk Meningkatkan Minat Menabung Ulang (Studi pada BNI Syariah Semarang)", *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, No.13, Juni, 2016
- Kotler, Philip dan Keller Kevin L. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2009

- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2005
- Kurniawan, Robert dan Yuniarto Budi. *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Kencana, 2016
- Lind, Douglas A et al. *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global*, Chriswan Sungkono. Jakarta: Salemba Empat, 2007
- Martania, Arika. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang di Giant Sun City Sidoarjo”, (Skripsi – UPN “Veteran” Jatim), 2011
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2006
- Mustofa, Imam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Press, 2016
- Mutiara Dian dan Rahayu Sri. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)”. *Journal of Management*, vol.5 no.3, 2016
- Muzakki, Ahmad. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Customer Handphone (Studi pada Tntshop3 Semarang)”. (Skripsi – Universitas Diponegoro Semarang), 2013
- Nawari. *Analisis Regresi dengan Ms.Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010
- Pratiwi et al, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang di Depo Farmasi Anggrek RSUD Dr. Hasan Sadikin Bandung”. *Jurnal Farmasi Klinik Indonesia*, Vol.5 No. 1, Maret, 2016
- Rangkuti, Fredi. *Measuring Customer Satisfactio: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002
- Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islam Mengikuti Praktik Rasulullah saw*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017
- Robert, Collier. *The Secret of The Ages*, Dewi Wulansari. Jakarta: Penerbit Gemilang, 2011
- Santoso, Singgih. *Aplikasi SPSS pada Statistika Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2012
- Setiadi, Nugoroho J. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenamedia Group, 2015



- Sekaran, Uma. *Research Methods For Bussiness*. Jakarta : Salemba Empat, 2006
- Singarimbun, Masri dan Effendi Sofyan. *Metode penelitian survey*. Jakarta: LP3ES, 1995
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta, 2012
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2000
- Wahana Komputer. *Solusi Mudah dan Cepat Menguasai SPSS 17.0 untuk Pengolahan Data Statistik*. Jakart: PT Elex Media Komputindo, 2009
- Wiroso. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPFE Usakti, 2009.
- Wiyono. *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 dan Smart PLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN, 2011
- [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id) diakses pada 29 Oktober 2017 10:17
- [www.bps.go.id/statictable/2014/01/15/1314/jumlah-koperasi-aktif-menurut-provinsi-2006-2016.html](http://www.bps.go.id/statictable/2014/01/15/1314/jumlah-koperasi-aktif-menurut-provinsi-2006-2016.html) diakses pada 29 Oktober 2017 12.06
- [www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/statistik-lkm/documents/statistik%20LKM%20Indonesia%20Januari%202016.pdf](http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/statistik-lkm/documents/statistik%20LKM%20Indonesia%20Januari%202016.pdf) diakses pada 27 Oktober 20:18